

Чудо М.И. Корпоративная культура. От истоков до современности // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 12 (декабрь). – АРТ 599-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 33.8

Чудо Марина Игоревна

студентка 2 курса магистратуры, факультет Экономики и управления
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет им. И.С.

Тургенева»

г. Орел ул. Комсомольская, 39Б

e-mail: info@oreluniver.ru

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА. ОТ ИСТОКОВ ДО
СОВРЕМЕННОСТИ**

Аннотация: в статье рассмотрены ключевые этапы развития корпоративной культуры, её особенности и характерные черты в организации.

Ключевые слова: корпоративная культура, руководитель, организационная культура.

Chudo Marina Igorevna

2-year student of the master's degree, Faculty of Economics and Management

FGBOU VO "Orel State University. I.S. Turgenev »

Orel st. Komsomolskaya, 39B

e-mail: info@oreluniver.ru

CORPORATE CROWN. FROM THE ORIGINS TO THE PRESENT

Annotation: The article considers the key stages in the development of corporate culture, its features and characteristics in the organization.

Key words: corporate culture, leader, organizational culture.

В настоящее время термин «корпоративная культура» известен всем, но еще несколько лет назад об этом словосочетании мало кто знал. Однако, это не значит, что её не было вовсе. Так как почетные грамоты, значки, доски почета и т.п. являлись настоящими атрибутами корпоративной культуры многих российских и западных компаний еще несколько столетий назад.

Корпоративная культура – это не только то, что бросается в глаза сразу же (символика, стиль компании, униформа), но также совокупность моделей поведения руководителей и рядовых сотрудников, которые приобретаются организацией в процессе адаптации к внутренней и внешней среде, показывают свою эффективность в компании и разделяются большинством людей. На рисунке 1 представим традиционную структуру корпоративной культуры.

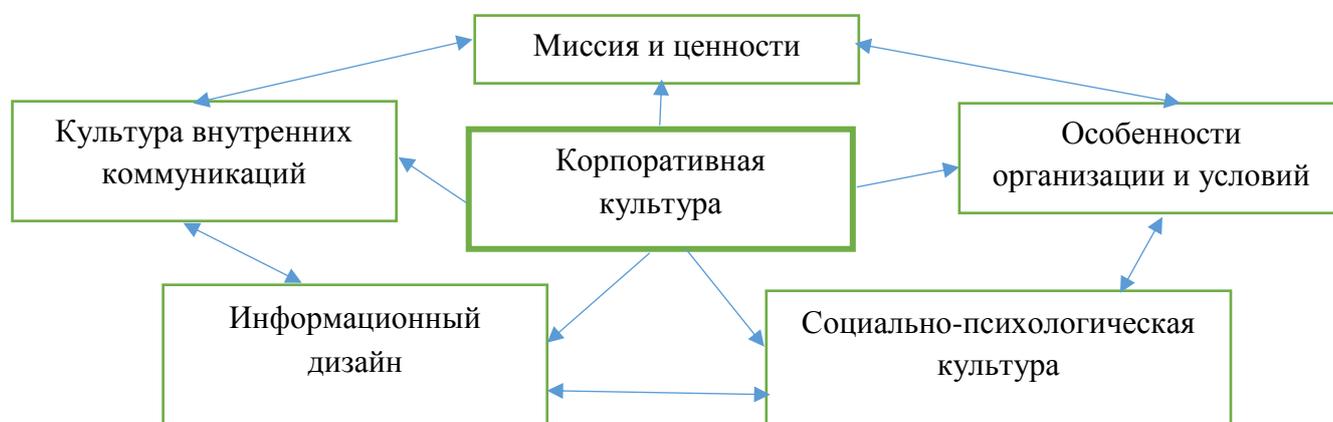


Рисунок 1 – Традиционная структура корпоративной культуры

Данная культура формируется независимо от участия сотрудников компании, а в большей от формальных или неформальных лидеров [1]. Именно поэтому сформировать основные ценности и традиции компании – основная задача, которую должен сделать руководитель, для формирования сильной корпоративной культуры. Определим общие функции корпоративной культуры, рассмотрим их на рисунке 2.

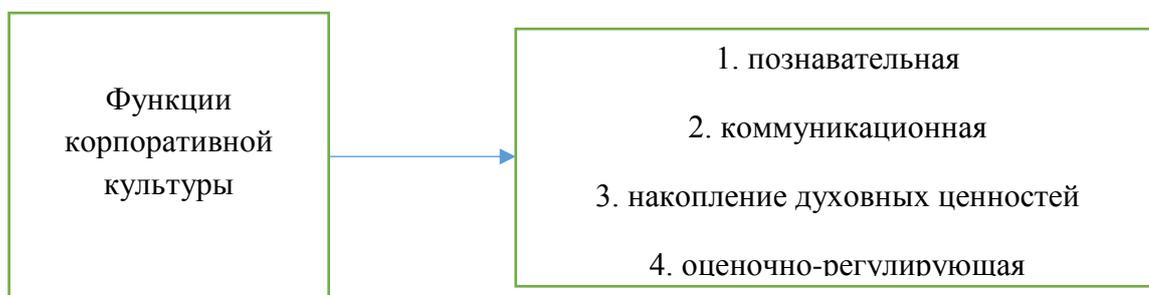


Рисунок 2 – Основные функции корпоративной культуры

Деятельность компании является эффективной, если в ней четко сформированы основные ценности. Так, за рубежом, данный критерий для развития организаций является основным. Например, компания Apple управляется инженерами, а не менеджерами (управление полностью находится в руках инженеров). Ввиду того, что топ-менеджмент компании – это бывшие инженеры фирмы, и между ними и рядовыми сотрудниками существует сильная связь и взаимопонимание. Ведь именно когда сотрудник знает, что руководитель 10 лет проработал таким же инженером, это заставляет его работать еще усерднее [2]. В российской компании «Аэрофлот» активно развита командная работа, так в организации уважают друг друга в полной мере и готовы к конструктивному диалогу для достижения наилучшего результата. Именно поэтому корпоративная

культура часто неосознанная, формируется непринужденно и её уникальность очень важна для любой компании.

В книге Ларри Боссиди и Рэм Чарана «Искусство результативного управления», утверждается, что без повседневных усилий формального лидера и менеджеров, которые занимаются организацией работы компании, а также систематического контроля их выполнения, корректировки процесса (в случае необходимости), современного вмешательства, ничего не стоят правильные планы и теоретические знания. Так как необходимо использовать на практике стратегическое планирование, управления персоналом, выстраивать взаимопонимание и взаимодействие в компании.

Так именно фирмы с ярко выраженной корпоративной культурой и ценностями гораздо эффективнее используют человеческие ресурсы. Ведь организационная культура – это одно из самых эффективных средств привлечения и мотивации сотрудников предприятия. Как только человек удовлетворяет потребности первого уровня у него возникает потребность в другом: положении в коллективе, общности ценностей, нематериальной мотивации. Рассмотрим данные потребности на примере пирамиды потребностей А.Маслоу на рисунке 3.

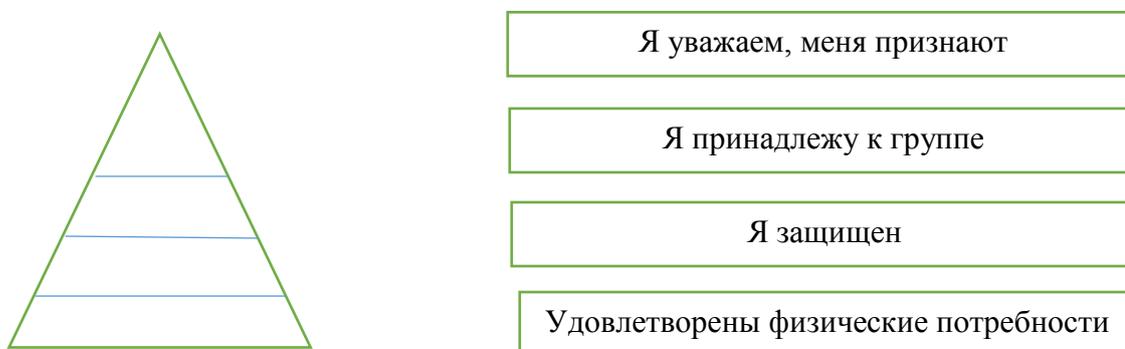


Рисунок 3 – Пирамида потребностей А. Маслоу

В свою очередь определенная сфера деятельности, сегмент рынка предполагает соотношение уместности формы корпоративной культуры. Ведь она может быть, как положительной, так и отрицательной для компании, поэтому нельзя пускать её на самотек. Так часто корпоративная культура оказывается весьма стойкой, и для ее преодоления требуются значительные усилия и длительное время. Важной задачей является понимание, от кого именно она исходит. Например, если от неформального лидера, то следует попробовать повлиять именно на него, заменив на другого специалиста. Если же корпоративная культура - это в первую очередь сложившиеся традиции и ценности, их необходимо медленно, учитывая особенности “кривой отношения к инновациям”, постепенно менять, вводить новые.

Значительная часть сотрудников, работающие в той или иной организации, очень ценят наличие сильной и устойчивой организационной культуры в компании. Так, согласно исследованию, которые провели американские менеджеры в 2016 году, более 65 % предпочитают, чтобы их компания чем-то отличалась, имела свои устои. При этом работники хотя предпочитают иметь отрицательную культуру, чем не располагать никакой. Фактически именно желание идентифицировать себя с обществом и коллективом – одна из самых сильных мотиваций человека.

Длительный и сложный процесс формирования корпоративной культуры. Отметим основные шаги создания на рисунке 4.

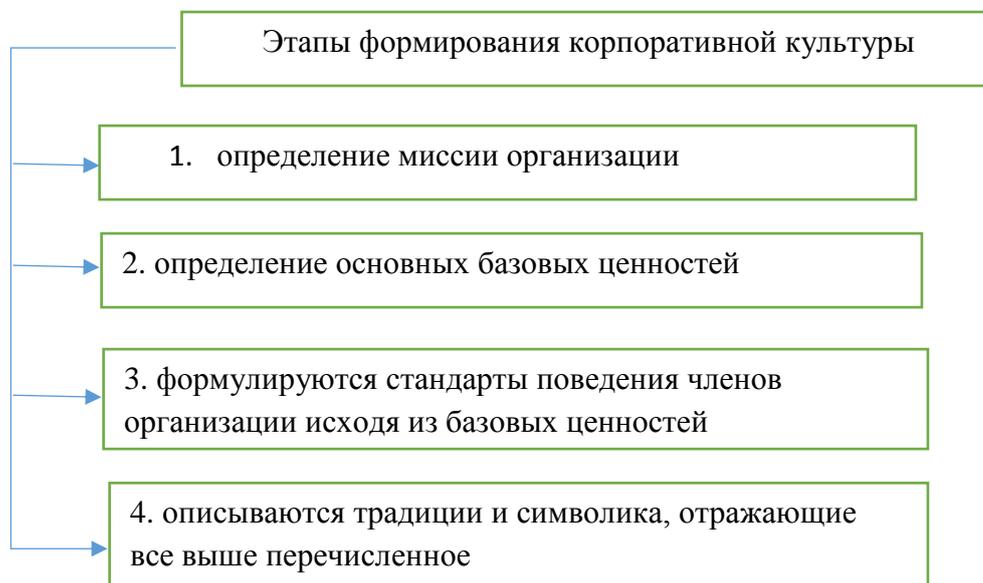


Рисунок 4 – Основные шаги создания корпоративной культуры

Все данные этапы и результаты от их выполнения описываются в корпоративном кодексе организации. Данный документ особенно полезен в ситуациях приема на работу и адаптации новых сотрудников. Именно он позволяет сразу понять, насколько потенциальный сотрудник разделяет ценности организации и подходят ли они ему.

Следовательно, традиции в компании бывают очень разные, корпоративная культура тоже. Главное для руководства и сотрудников – сделать для себя правильный выбор, создать корпоративную культуру в компании, будучи руководителем, и выбрать для себя подходящий тип, будучи сотрудником.

Список использованной литературы:

1. Основы корпоративной культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/people/culture/corporate_culture.shtml
2. Какого это? –Работать в Apple [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.c-culture.ru/read/article/42478>
3. Корпоративная культура компании: особенности и способы оценки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-director.ru/article/66070-qqq-16-m5-24-05-2016-osobennosti-korporativnoy-kultury>

Дата поступления в редакцию: 27.12.2017 г.

Опубликовано: 27.12.2017 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2017

© Чудо М.И., 2017